

Załącznik nr 1 do SWZ

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w ramach projektu: Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Działania określone powyżej będą obejmować:

- wsparcie płatnej promocji w wybranych mediach społecznościowych MNW
 - produkcję wideo i dystrybucję spotu
 - projekty graficzne (kampania banerowa)
 - zakup mediów, w tym reklamy w prasie branżowej i na portalach internetowych
 - współpracę z bankami zdjęć i ew. influencerami
-
- Wszystkie czynności związane z planowaniem, przygotowaniem i egzekucją działań, Wykonawca będzie realizował w porozumieniu, za akceptacją i wg wytycznych Zamawiającego;
 - Działania będą realizowane zgodnie z Harmonogramem promocji określonym w niniejszym OPZ;
 - Wszystkie projekty oraz poszczególne etapy produkcji wideo muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego; Zamówienie przewiduje 3 rundy korekt. Za poprawki nie uznaje się oczywistych błędów w realizacji ww. wymogów;
 - Wszelkie zmiany w założeniach projektu muszą być potwierdzane drogą pisemną obustronnie (mailowo) przy czym każda ze Stron (Wykonawca i Zamawiający) jest zobowiązana potwierdzać zwrotnie odbiór wiadomości oraz akceptację zmiany;
 - Wszystkie zamówienia będą wymagały pisemnego potwierdzenia Zamawiającego w formie protokołu odbioru;
 - Wszystkie działania związane z zakupem mediów zostaną potwierdzone stosowną dokumentacją fotograficzną lub dokumentacją w postaci zrzutów ekranu, preferowane raporty dostarczone przez mediodawców.

Realizacja przedmiotu zamówienia obejmująca projekty graficzne i produkcję wideo musi być zgodna z zasadami/wytycznymi określonymi w szczególności w wymienionych niżej dokumentach:

Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020 w zakresie informacji i promocji:

<https://www.gov.pl/web/cppc/dokumenty-do-pobrania>

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta-programow-polityki-spojnosci-2014-2020-w-zakresie-informacji-i-promocji-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-r/>

Księga identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020:

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/49391/Ksiega_Identyfikacji_Wizualnej_2014-2020_2017.pdf

Księga identyfikacji wizualnej znaku Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego (projekt współfinansowany z Funduszy Europejskich i MKiDN):
<https://www.gov.pl/web/kultura/logotypy>

Zasady promocji i oznakowania projektów:

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-1/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-wersja-aktualna-od-1-stycznia-2018-roku/>

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Narodowego w Warszawie:
<http://www.mnw.art.pl/o-muzeum/materialy-do-pobrania/>

Przedmiot zamówienia został podzielony na części. Wykonawca może przedstawić ofertę na jedną, kilka lub wszystkie części zamówienia.

Część 1: Wsparcie w zakresie płatnej promocji w mediach społecznościowych

Wsparcie w zakresie płatnej promocji spotów wideo opisanych szerzej w części 4 przedmiotu zamówienia (Produkcja wideo) w mediach społecznościowych, polegające na obsłudze postów sponsorowanych na profilach MNW na [FB](#), [IG](#) i na [YT](#). Posty będą dedykowane konkretnym grupom odbiorców, takim jak: : 1) środowisko akademickie, dydaktycy, naukowcy; 2) uczniowie; studenci; 3) „miłośnicy sztuki” tj. osoby, których profil w mediach społecznościowych uwzględnia zainteresowania „Kultura i sztuka”; 4) pracownicy sektora kreatywnego, tj. osoby, których profil w mediach społecznościowych zawiera informacje nt. miejsca pracy w jednej z wymienionych dziedzin: reklama, architektura, rynek sztuki i antyków, rzemiosło, design, moda, film, gry wideo, muzyka, sztuki performatywne, rynek wydawniczy, oprogramowanie, media internetowe oraz radio i telewizja.

Wsparcie w zakresie płatnej promocji w mediach społecznościowych obejmować będzie redakcję 3-5 postów sponsorowanych (wg wytycznych i do akceptacji Zamawiającego) oraz ich obsługę w ww. kanałach social media MNW, a także przedstawienie raportu zawierającego statystyki dot. promowanych materiałów wideo.

Kampania w mediach społecznościowych zostanie przeprowadzona w terminie od 1 czerwca do 15 lipca 2023 r. Raport podsumowujący kampanię zostanie dostarczony w terminie od 1 lipca do 20 lipca 2023 r.

Media społecznościowe MNW – prognozowana liczba obserwujących do końca 2022 r.

Facebook: 110.000

Instagram: 70 000

YouTube: 7500

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Część 2: Reklama w Internecie

Ta część zamówienia uwzględnia:

- przygotowanie kreacji graficznej (wg specyfikacji danego medium i do akceptacji Zamawiającego) i przeprowadzenie odsłonowej kampanii banerowej na co najmniej dwóch portalach branżowych z dziedziny sektora kreatywnego; minimalna liczba odsłon: 1 mln miesięcznie.

Przykładowe portale: interaktywnie.com, nowymarketing.pl, proto.pl, press.pl, marketingprzykawie.pl

Kreacje graficzne do przygotowania wraz z weryfikacją ich czytelności po publikacji w docelowym kontekście (obowiązkowy zestaw logotypów – formaty, które będą realizowane, muszą być tak dobrane, by znaki towarowe zachowały minimalną wielkość).

Minimalna liczba kreacji: 2 (po 1 na portal)

- przygotowanie przeformatowań kreacji graficznych przygotowanych pod kątem kampanii odsłonowej oraz przeprowadzenie kampanii Audience Targeting – reklama profilowana pod konkretne grupy odbiorców w serwisach społecznościowych Facebook i Instagram oraz na zasadzie linków Adwords, wyświetlana osobom o profilu zainteresowań „Kultura i sztuka”.

Kreacje graficzne do przygotowania wraz z weryfikacją ich czytelności po publikacji w docelowym kontekście (obowiązkowy zestaw logotypów – formaty, które będą realizowane, muszą być tak dobrane, by znaki towarowe zachowały minimalną wielkość).

Minimalna liczba kreacji: 2.

- przedstawienie raportu wraz ze statystykami wyświetleń reklam

Realizacja ww. elementów kampanii zostanie przeprowadzona w terminie od 1 czerwca do 15 lipca 2023 r. Dokładny przedział czasowy trwania kampanii ww. ramach czasowych wymaga akceptacji Zamawiającego. Raport podsumowujący kampanię zostanie dostarczony Zamawiającemu w terminie od 1 lipca do 20 lipca 2023 r.

Część 3. Wykupienie modułów reklamowych w prasie branżowej, w co najmniej dwóch tytułach prasowych z segmentu miesięczników popularnonaukowych ukierunkowanych na takie dziedziny jak historia, archeologia, badania naukowe (np. „Świat wiedzy”, „Newsweek Historia”, „Uważam Rze Historia”, „W Sieci Historii”, „Mówią wieki”) lub magazynów związanych z tematyką muzealnictwa (np. „Spotkania z zabytkami”). o średnim nakładzie nie mniejszym niż 30 000 egzemplarzy

Kreacje graficzne do przygotowania (wg specyfikacji danego medium i do akceptacji Zamawiającego) - wraz z weryfikacją ich czytelności po publikacji w docelowym kontekście (obowiązkowy zestaw logotypów – formaty, które będą realizowane, muszą być tak dobrane, by znaki towarowe zachowały minimalną wielkość).

Minimalny rozmiar modułu reklamowego: ½ strony.

Minimalna liczba modułów reklamowych (wraz z niezbędnymi przeformatowaniami kreacji graficznej): 3.

Kampania w wybranych tytułach prasowych zostanie przeprowadzona w terminie od 1 maja do 15 lipca 2023 r. – w zależności od terminów to zamykania numerów obowiązujących w poszczególnych redakcjach. Dokładny przedział czasowy trwania kampanii ww. ramach czasowych wymaga akceptacji Zamawiającego.

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Część 4. Produkcja wideo

Realizacja materiałów filmowych o charakterze promocyjno-informacyjnym mających na celu zachęcenie do poznawania zbiorów cyfrowych MNW udostępnionych w ramach serwisu [Cyfrowe MNW](#), wraz z wersjami skróconymi na potrzeby emisji w ramach kampanii opisanych w części 5 Przedmiotu Zamówienia i w wymaganych na potrzeby tych emisji formatach, z tłumaczeniem na język angielski i wersją dostępną, z przeniesieniem autorskich praw majątkowych do dzieła oraz prawa zezwalania na wykonywanie praw zależnych do dzieła, a także udzielenia zgody na wyłączne wykonywanie praw zależnych do dzieła, w tym:

A. Realizacja spotu promocyjnego w technice wideo lub animacji komputerowej, odwołującego się do highlightów kolekcji MNW (wskazanych przez Muzeum i omówionych z Wykonawcą), z muzyką, lektorem i udźwiękowieniem, o docelowej długości od 1 do 2 min. wraz ze skrótem do 30 sek. i do 15 sek. przygotowanym zgodnie ze specyfikacją rozpisaną w części 5. (dystrybucja spotu wideo), w formie przystępnej i atrakcyjnej wizualnie, na podstawie scenariusza wypracowanego wspólnie z MNW i przedłożonego do akceptacji Zamawiającego na bazie listy najważniejszych dzieł i związanych z nimi ciekawostek, z których ułożona byłaby narracja i z których wywodziłby się pomysły na poszczególne elementy animacji, w oparciu o niniejsze referencje:

Rijks Museum (przede wszystkim w aspekcie treści – to rodzaj narracji i przesłanie, które chcielibyśmy przekazać również naszej grupie docelowej):

<https://www.youtube.com/watch?v=IX5PYEkFr8o>

Rijks Museum (w aspekcie formalno-estetycznym, estetyka przywodząca na myśl filmy Monty Pythona również mogłaby być punktem wyjścia):

<https://www.youtube.com/watch?v=ZlcQQUD30s4>

Museum of Modern Art (w aspekcie formalno-estetycznym, lekka, popularno-naukowa narracja):

<https://www.youtube.com/watch?v=NICodKeadp0>

Formaty do przygotowania:

- Wersja podstawowa: 60-120 sekund, 1920x1080 Px, mp4, z dźwiękiem
- Wersje do mediów społecznościowych: skróty do 30 i 15 sekund, pion i kwadrat, mp4, z dźwiękiem, przygotowane zgodnie z aktualnymi wymaganiami technicznymi właścicieli platform Facebook i Instagram
- Wersje do emisji na ekranach LCD w pociągach PKP Intercity: skrót do 15 sekund, mp4 lub avi, 1680x944 Px, bez dźwięku
- Wersja do emisji kinach studyjnych: skrót do 30 sekund, 1920x1080 Px, mp4 lub inny format wymagany przez operatora

B. Realizacja filmu dokumentalnego nt. digitalizacji zabytków w Muzeum Narodowym w Warszawie, z udziałem ekspertów zaangażowanych w proces po stronie MNW, z muzyką, opcjonalnie - lektorem, o docelowej długości od 3-5 min., w formie atrakcyjnej wizualnie, z uwzględnieniem zdjęć filmowych we wskazanych przez Zamawiającego wybranych lokalizacjach, w których digitalizowane są zabytki ze zbiorów MNW, na podstawie wstępnej koncepcji wypracowanej wspólnie z Zamawiającym, a następnie w oparciu o scenariusz

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

wypracowany na podstawie ustaleń z Zamawiającym i przedłożony do akceptacji Zamawiającego - na bazie ciekawostek o dziełach oraz nt. samego procesu digitalizacji w oparciu o niniejsze referencje:

Muzeum Narodowe w Warszawie (w sensie narracyjnym i estetycznym, bo w założeniu film dokumentalny o digitalizacji powinien być znacznie krótszy)

<https://www.youtube.com/watch?v=aaO4IFHOwoM>

Wszystkie realizacje - zarówno spot promocyjny odnoszący się do całego portalu, jak i film dokumentalny opowiadający o procesie digitalizacji - powinny mieć wspólną identyfikację graficzną, spójną z pozostałymi elementami komunikacji projektu, a w przypadku wersji podstawowych (60-120 sekund dla spotu, 3-5 min. dla filmu dokumentalnego) także intro i/lub outro, by mogły funkcjonować jako całość.

Materiały wideo opisane w punktach A i B zostaną zrealizowane w pierwszym półroczu 2023 roku, nie później jednak niż do dn. 15 maja 2023.

Część 5. Dystrybucja spotu wideo

Na tę część zamówienia składać się będą:

A. kampania na ekranach LCD w pociągach (PKP Intercity)

Emisja materiału reklamowego wykonanego w ramach części 4 Przedmiotu Zamówienia (pkt. A: spot) - na ekranach zamieszczonych w pociągach PKP IC typu EIP – Pendolino, wg specyfikacji technicznej:

- a) rozdzielczość: 1680x944,
- b) w formacie mp4 lub avi (preferowane pliki mp4), dźwięk: brak.
- c) długość spotu: 15 sekund,
- d) liczba wyświetleń: min. 4/godzinę (średnio 12/trasę)
- e) liczba ekranów w 1 pociągu: 62 szt.,
- f) liczba pociągów: min 16 pociągów/1 dzień
- g) liczba kampanii do wykorzystania w ramach umowy: 4
- h) liczba dni emisji na 1 kampanię: 15 dni

Zależnie od możliwości oferowanych przez operatora nośników, kampania pojawi się na nośnikach nie później niż 1 czerwca 2023 r. , potrwa co najmniej 15 dni i zakończy się przed 15 lipca 2023 roku.

B. Dystrybucja spotu wideo: kina studyjne

Ogólnopolska kampania w kinach studyjnych polegająca na emisji materiału wideo wykonanego w ramach części 4 Przedmiotu Zamówienia (opisanego szczegółowo w punkcie A.), czas trwania kampanii co najmniej 7 dni, ilość emisji zapewniająca odbiór 60-sekundowego spotu, przez co najmniej 60 tys. widzów.

Zamówienie uwzględnia także przygotowanie paczki DCP jeżeli operator będzie tego wymagał.

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Zależnie od możliwości oferowanych przez operatora nośników, emisja materiału wideo w wybranych kinach studyjnych na terenie Polski rozpocznie się nie później niż 1 czerwca 2023 r., zakończy się przed 15 lipca 2023 roku i potrwa co najmniej 7 dni, do momentu realizacji widowni.

Minimalna liczba kin, w których emitowany będzie materiał wideo: 50

Część 6. Dystrybucja zbiorów MNW w bankach zdjęć i współpraca z influencerami

Celem tej części zamówienia jest zbudowanie świadomości marki Cyfrowego MNW wśród użytkowników internetu z grupy docelowej określanej jako pracownicy sektora kreatywnego (tj. osoby związane zawodowo z jedną z wymienionych dziedzin: reklama, architektura, rynek sztuki i antyków, rzemiosło, design, moda, film, gry wideo, muzyka, sztuki performatywne, rynek wydawniczy, oprogramowanie, media internetowe oraz radio i telewizja) – jako repozytorium plików w dobrej jakości, które mogą być bezpłatną i atrakcyjną wizualnie alternatywą dla tradycyjnych banków zdjęć i ilustracji (w ramach domeny publicznej).

Na tę część zamówienia składają się:

- Współpraca z bankami zdjęć

Wykonawca nawiąże współpracę i przekaże co najmniej dwóm bezpłatnym bankom zdjęć, wybranym przez Zamawiającego spośród propozycji przedstawionych przez Wykonawcę, zasób wizerunków cyfrowych do bezpłatnego wykorzystania przez ich użytkowników (10-20 plików) – w celu wzbudzenia u docelowego odbiorcy zainteresowania serwisem Cyfrowe MNW, w którym takich wizerunków będzie do pobrania znacznie więcej.

Przykładowe bezpłatne banki zdjęć: <https://www.pexels.com/pl-pl/>, <https://pixabay.com>

-Współpraca z influencerami

Dodatkowo Wykonawca nawiąże współpracę z co najmniej jednym influencerem / vlogerem / autorem tekstów o tematyce marketingowej wyselekcjonowanym wspólnie z Zamawiającym w celu przekazania grupom docelowym prowadzonych przez nich kanałów informacji o możliwościach oferowanych przez Cyfrowe MNW.

Influencer wyselekcjonowany wspólnie z Zamawiającym w ramach współpracy nawiąże w swoim wpisie na blogu i/lub filmie do możliwości oferowanych przez portal Cyfrowe MNW i szans jakie stwarzają one dla sektora kreatywnego.

Wymagalna minimalna liczba fanów/obserwujących/subskrybentów: 10.000.

Przykładowe blogi poświęcone (m.in.) nowoczesnym narzędziom marketingowym, których twórcy są także obecni w mediach społecznościowych:

<https://klosinski.net/>, <https://hatalaska.com/>, arturiablonski.com

Działania promocyjne zrealizowane w ramach współpracy z influencerem / vlogerem / autorem tekstów o tematyce marketingowej zostaną zrealizowane w terminie pomiędzy 1 czerwca a 15 lipca 2023 roku.

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.